

中国休闲零食行业现状深度调研与投资趋势预测报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国休闲零食行业现状深度调研与投资趋势预测报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202304/630868.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、休闲零食行业概述和分类

单从产品层面看，休闲零食指代的是一类正餐以外、充饥性需求较弱、强调消费场景化、满足更多维度需求（包括重视健康和更多功能延伸、融入更多情绪价值）、单品或多品类创意融合、可散售的即食类食品。休闲食品细分种类多,主要可分为烘焙糕点、膨化类、糖果巧克力、坚果炒货、休闲卤制品、果脯蜜饯、饼干等细分品类。

资料来源：观研天下整理

从业态层面看，休闲零食其实也是快速消费品的一类，是在人们闲暇、休息时所吃的食品。休闲零食正在逐渐升格成为百姓日常的必需消费品，随着经济的发展和消费水平的提高，消费者对于休闲零食数量和品质的需求不断增长。休闲零食业态的本质是消费升级需求大背景下，借力产业升级实现的新零食业态。属于冲动型购买的非必须消费品，满足闲暇享受、情感交流、健康等多样化需求。

二、收入增长+消费升级+理念变化，带动市场需求快速增长

2015-2022年，我国居民人均收入和消费支出整体保持上涨趋势，经济条件的改善，为休闲零食行业的发展带来了广阔的发展空间。

资料来源：观研天下整理

休闲零食在中国居民生活中的地位也越来越重要，对大多数人来说，零食不仅仅是食物，更是获得舒适感和归属感的重要源泉，能帮助人们缓解心理压力、消减内心冲突、保持心情舒畅。数据显示，我国休闲零食人均消费金额逐年攀升，2022年中国休闲零食人均消费额达1167.4元/人，较2012年的420.5元/人增加了746.9元/人，预计2023年中国休闲零食人均消费额有望达到1300元/人。

资料来源：观研天下整理

同时，随着消费升级和消费理念变化，消费者对于休闲零食的需求逐渐从基本需求向营养健康升级转变，对于零食产品品质、包装、功能等方面提出了更高的要求。综合来看，经济条件改善，消费者对健康和营养食品需求上升带动了休闲零食市场需求快速增长。数据显示，我国休闲零食行业市场规模从2016年的8224亿元增长至2022年的15132亿元，年均复合增长率达10.7%，预计2025年将超过20000亿元。

资料来源：观研天下整理

三、三大痛点凸显，行业急需变革

2020年以来我国休闲零食行业迈入锦绣时代。在此期间，消费者需求向健康化、品质化、

多元化、个性化改变，品类也不断升级迭代，呈现出功能性、细分化、多场景等特点。同时，新零售渠道进一步发展，O2O、抖音电商、视频电商、社区团购兴起，带动了休闲零食不同细分赛道上的新锐品牌崛起。

然后，行业高速发展的背后也暴露出一些问题，这些问题会对行业高质量发展造成阻碍：1) 行业普遍缺乏稳定的原料货源；2) 大部分生产企业呈现“小而散”的局面，“注重营销端、忽视生产端”的问题普遍存在；3) 行业同质化严重，我国地域广阔，饮食文化博大精深，但是由于各地的饮食习惯和口味偏好存在一定的差异，走向全国的地方休闲零食仍然较少。

资料来源：观研天下整理

总的来看，国内快速增长的休闲零食企业规模、消费场景日益丰富的行业形态以及消费者不断变化的需求对休闲零食市场提出了更高的要求，除上述建议外，休闲零食行业急需变革。观研天下分析师观点：对于休闲零食行业而言，原材料的稳定性是非常重要的。我们可以看到行业内主流品牌大多起源于南方，尤其是湖南，主要原因就是受益于上游农产品发达，被誉为鱼米之乡，下游零食消费需求旺盛，坐拥中国最大的食品流动集散基地—高桥。因此可以说原材料是掣肘行业发展的主要问题。

四、AI智能推动休闲零食行业变革创新

美国OpenAI公司旗下智能聊天工具ChatGPT近期火爆全球，也让人工智能技术（AI）再次收获不少休闲零食行业从业者的关注。目前海内外多家休闲零食强企也已经从不同方面运用人工智能进行创新与促进业务增长。根据Mordor Intelligence的数据显示，人工智能在2020年的食品饮料市场中应用价值达到30.7亿美元，预计到2026年将达到299.4亿美元；而在2021-2026年的预测期内，复合年增长率将超过45.77%。

资料来源：Mordor Intelligence、观研天下整理

未来，AI将对休闲零食行业产生广泛而深远的影响。

1、AI可以帮助研发，提高生产效率

对于休闲零食企业而言，在生产时使用AI技术可以为企业研发能力提供补充，帮助公司有效地处理稳步增加的复杂性，并提高创新过程的有效性和效率。例如：聊天机器人等工具可以通过执行各种任务、创建个性化内容以及确定复杂问题的解决方案，来提高生产力和创新过程。另外在AI应用于食品研发的垂直领域之一：替代蛋白来看，在过往受技术限制的问题，大自然现存的许多植物仍然没有被“完全开发”，AI能较大程度推进其发展，发现可能存在的各种各样可塑的成分或结构特性，并应用于创造更优质的植物蛋白零食产品。

另一方面，AI技术可以将普通工人从重复劳动中解放出来，实现最大化产量。结合机器学习的物联网(IoT)设备可以优化机器设置，最大程度提高产量。例如：制造商可以在考虑成分质量和工艺条件的情况下，最大限度地提高产量。考虑到海量的工艺参数，制造商可以通过AI技术在每一个工艺环节中实现产量最大化。

观研天下分析师观点：随着行业不断发展，当前成本控制和产品品质越发成为竞争重要因素，因此推动供应链的数字化转型，提升产业链的标准化是行业的重心。

2、AI可以赋能可持续发展，减少潜在食品浪费

休闲零食产品因为保质期较短，在临期时容易积压在货架上，从而造成浪费。AI 技术可以根据零食保质期剩余时长、库存和消费者购买频次等维度，对商品进行灵活的定价。商品越临近保质期，降价幅度就越大，以鼓励消费者购买。这样不仅可以减少浪费，还可以帮助商家减轻零食积压库存产生的额外成本，进一步提高盈利能力。同时，企业也可以利用 AI 产生的洞察，将能源和水的用量降至最低水平，确保生产过程高效节能，同时减少生产过程中的潜在浪费。这也是企业践行可持续发展、助力达成“双碳”目标的重要途径之一。

3、AI可以提升消费者体验感，精准有效理解消费者需求

在后疫情时代，消费者不仅看重零食的情绪，也十分重视零食的健康价值。FMGCGurus调研显示，当被问及如何定义零食时，69%的人认为零食给他们带来放纵时刻，而67%的人认为这是一种补充营养的方式。简而言之，消费者对休闲零食的期待，就是要求更佳的食用体验，要美味，要更真实的风味，还要更有营养，更方便。这是休闲零食之于消费者的核心价值。

而AI技术可以帮助消费者提升体验感，由于机器的运算速度和容量比人类更适合记忆不同食物的营养元素，可以将AI和食物营养元素数据库连接到一起，通过算法识别食物种类，然后可以知道食物所富含的营养成份。用户仅需在进食前拍摄一张照片，AI“营养师”就可以立即识别并分析营养配比，给予一个反馈建议，帮助用户构建更健康的饮食菜谱。

此外，AI拥有极为强大的语言理解和文本生成能力，基于海量的对话数据和深度学习算法，可以通过分析消费者的购买历史、兴趣、行为等数据，精准地推荐产品和服务，满足消费者的个性化需求。同时，AI还可以通过语音识别、自然语言处理、图像识别等技术，实现更智能化、更人性化的交互体验，从而提高消费者的满意度和忠诚度。这同时也可以辅助休闲零食企业开发新产品，提高企业的竞争力。

观研天下分析师观点：可以看到，休闲零食正在从早期饮食上的补充需求，转变为如今贴合消费者物质与精神双层面的刚需消费。在这个过程中值得注意的是，儿童零食市场已经实现了消费侧和供给侧的双向增长。考虑到三孩政策的发布以及后续生育配套措施和财政补贴的完善，儿童零食的发展前景很好。（LZC）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国休闲零食行业发展深度调研与未来投资研究报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国休闲零食行业发展概述

第一节 休闲零食行业发展情况概述

- 一、休闲零食行业相关定义
- 二、休闲零食特点分析
- 三、休闲零食行业基本情况介绍
- 四、休闲零食行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、休闲零食行业需求主体分析

第二节 中国休闲零食行业生命周期分析

- 一、休闲零食行业生命周期理论概述
- 二、休闲零食行业所属的生命周期分析

第三节 休闲零食行业经济指标分析

- 一、休闲零食行业的赢利性分析
- 二、休闲零食行业的经济周期分析
- 三、休闲零食行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球休闲零食行业市场发展现状分析

第一节 全球休闲零食行业发展历程回顾

第二节 全球休闲零食行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲休闲零食行业地区市场分析

- 一、亚洲休闲零食行业市场现状分析
- 二、亚洲休闲零食行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲休闲零食行业市场前景分析
- 第四节 北美休闲零食行业地区市场分析
 - 一、北美休闲零食行业市场现状分析
 - 二、北美休闲零食行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美休闲零食行业市场前景分析
- 第五节 欧洲休闲零食行业地区市场分析
 - 一、欧洲休闲零食行业市场现状分析
 - 二、欧洲休闲零食行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲休闲零食行业市场前景分析
- 第六节 2023-2030年世界休闲零食行业分布走势预测
- 第七节 2023-2030年全球休闲零食行业市场规模预测
- 第三章 中国休闲零食行业产业发展环境分析
 - 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 第二节 我国宏观经济环境对休闲零食行业的影响分析
 - 第三节 中国休闲零食行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
 - 第四节 政策环境对休闲零食行业的影响分析
 - 第五节 中国休闲零食行业产业社会环境分析
- 第四章 中国休闲零食行业运行情况
 - 第一节 中国休闲零食行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
 - 第二节 中国休闲零食行业市场规模分析
 - 一、影响中国休闲零食行业市场规模的因素
 - 二、中国休闲零食行业市场规模
 - 三、中国休闲零食行业市场规模解析
 - 第三节 中国休闲零食行业供应情况分析
 - 一、中国休闲零食行业供应规模
 - 二、中国休闲零食行业供应特点
 - 第四节 中国休闲零食行业需求情况分析

一、中国休闲零食行业需求规模

二、中国休闲零食行业需求特点

第五节 中国休闲零食行业供需平衡分析

第五章 中国休闲零食行业产业链和细分市场分析

第一节 中国休闲零食行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、休闲零食行业产业链图解

第二节 中国休闲零食行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对休闲零食行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对休闲零食行业的影响分析

第三节 我国休闲零食行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国休闲零食行业市场竞争分析

第一节 中国休闲零食行业竞争现状分析

一、中国休闲零食行业竞争格局分析

二、中国休闲零食行业主要品牌分析

第二节 中国休闲零食行业集中度分析

一、中国休闲零食行业市场集中度影响因素分析

二、中国休闲零食行业市场集中度分析

第三节 中国休闲零食行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国休闲零食行业模型分析

第一节 中国休闲零食行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国休闲零食行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国休闲零食行业SWOT分析结论

第三节 中国休闲零食行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国休闲零食行业需求特点与动态分析

第一节 中国休闲零食行业市场动态情况

第二节 中国休闲零食行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 休闲零食行业成本结构分析

第四节 休闲零食行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国休闲零食行业价格现状分析

第六节 中国休闲零食行业平均价格走势预测

一、中国休闲零食行业平均价格趋势分析

二、中国休闲零食行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国休闲零食行业所属行业运行数据监测

第一节 中国休闲零食行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国休闲零食行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国休闲零食行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国休闲零食行业区域市场现状分析

第一节 中国休闲零食行业区域市场规模分析

- 一、影响休闲零食行业区域市场分布的因素
- 二、中国休闲零食行业区域市场分布

第二节 中国华东地区休闲零食行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区休闲零食行业市场分析
 - (1) 华东地区休闲零食行业市场规模
 - (2) 华南地区休闲零食行业市场现状
 - (3) 华东地区休闲零食行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区休闲零食行业市场分析
 - (1) 华中地区休闲零食行业市场规模
 - (2) 华中地区休闲零食行业市场现状
 - (3) 华中地区休闲零食行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区休闲零食行业市场分析
 - (1) 华南地区休闲零食行业市场规模
 - (2) 华南地区休闲零食行业市场现状

(3) 华南地区休闲零食行业市场规模预测

第五节 华北地区休闲零食行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区休闲零食行业市场分析

(1) 华北地区休闲零食行业市场规模

(2) 华北地区休闲零食行业市场现状

(3) 华北地区休闲零食行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区休闲零食行业市场分析

(1) 东北地区休闲零食行业市场规模

(2) 东北地区休闲零食行业市场现状

(3) 东北地区休闲零食行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区休闲零食行业市场分析

(1) 西南地区休闲零食行业市场规模

(2) 西南地区休闲零食行业市场现状

(3) 西南地区休闲零食行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区休闲零食行业市场分析

(1) 西北地区休闲零食行业市场规模

(2) 西北地区休闲零食行业市场现状

(3) 西北地区休闲零食行业市场规模预测

第十一章 休闲零食行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国休闲零食行业发展前景分析与预测

第一节 中国休闲零食行业未来发展前景分析

- 一、休闲零食行业国内投资环境分析
- 二、中国休闲零食行业市场机会分析
- 三、中国休闲零食行业投资增速预测

第二节 中国休闲零食行业未来发展趋势预测

第三节 中国休闲零食行业规模发展预测

- 一、中国休闲零食行业市场规模预测
- 二、中国休闲零食行业市场规模增速预测
- 三、中国休闲零食行业产值规模预测
- 四、中国休闲零食行业产值增速预测
- 五、中国休闲零食行业供需情况预测

第四节 中国休闲零食行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国休闲零食行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国休闲零食行业进入壁垒分析

- 一、休闲零食行业资金壁垒分析
- 二、休闲零食行业技术壁垒分析
- 三、休闲零食行业人才壁垒分析
- 四、休闲零食行业品牌壁垒分析
- 五、休闲零食行业其他壁垒分析

第二节 休闲零食行业风险分析

- 一、休闲零食行业宏观环境风险
- 二、休闲零食行业技术风险
- 三、休闲零食行业竞争风险
- 四、休闲零食行业其他风险

第三节 中国休闲零食行业存在的问题

第四节 中国休闲零食行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国休闲零食行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国休闲零食行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节 中国休闲零食行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 休闲零食行业营销策略分析

- 一、休闲零食行业产品策略
- 二、休闲零食行业定价策略
- 三、休闲零食行业渠道策略
- 四、休闲零食行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202304/630868.html>